

PERSUAÇÃO, EFEITOS & GATILHOS



MÉTODO DOPPLER

RAPHAEL NUNEZ

Olá, eu me chamo Raphael Nunez, pesquisador de ciências comportamentais, especialista em inteligência comercial e marketing digital.

Eu atuo profissionalmente com uma agência de consultoria de negócios e ações operacionais de marketing digital junto com minha equipe seleta.

Esse ebook conta com alguns recursos que eu utilizo em meus processos de venda persuasiva, e vai abrir sua mente quanto a forma que o processo de persuasão funciona.

Você vai descobrir meus efeitos e gatilhos mentais favoritos. Aproveite bem esse material que apesar de ser resumido, fala um bocado do meus segredos para realizar fluxos comerciais de alta conversão.

METODOLOGIAS

Eu tenho um método pessoal de vendas que fui refinando ano após ano, baseado em alguns conceitos que vou te explicar agora.

1. A RELATIVIDADE DO CONSUMO
2. EFEITO MENTAL ZEIGERNICK
3. EFEITO MENTAL DE FACILITAÇÃO SOCIAL
4. TEORIA DA PERSPECTIVA

Naturalmente, há muita coisa para se abordar sobre isso e eu vou apenas apontar a base de tudo, o conceito por trás de meus planejamentos de estratégia comercial. Essa base servirá para organizar e planejar seus discursos de vendas de forma mais clara, aplicando princípios científicos como psicologia econômica e neurociência aplicada no marketing e nas vendas diretas.

A RELATIVIDADE DO CONSUMO

Por que o cliente tem que comprar isso?
Por que ele tem que comprar comigo?
O que ele perde se não comprar isso?
O que ele perde se não comprar comigo?

EFEITO MENTAL ZEIGERNICK

Incompletude cognitiva, algo não terminou, não foi concluído, para concluir, só se virar cliente. Como posso gerar isso na pessoa?

FACILITACÃO SOCIAL

Se há um grupo de pessoas assistindo, aguardando, consumindo junto com ele as informações, o receptor fica mais acessível. Gatilhos de pertencimento e prova social, as pessoas ficam mais receptivas a uma mensagem se ela fizer parte de uma audiência. Lives, grupos de whatsapp, palestras ao vivo...

TEORIA DA PERSPECTIVA

A forma mais básica e primitiva que nosso cérebro usa para tomar decisões ilusóriamente racionais, é através de perdas e ganhos.

A mente tenta definir o que perde e o que ganha com a decisão. Mas as dores da perda são mais expressivas emocionalmente do que os ganhos.

Se medirmos a emoção de ganhar R\$100 com a emoção de perder o mesmo valor, perder os R\$100 será sempre mais intenso. Portanto, quando fica evidente o que se perde em tomar uma decisão (ou não tomá-la), fica em maior evidência sua importância.

A dor estimula decisão.

A dor da perda dá certeza da decisão.

FAÇA A PERDA SER CLARA PARA O CLIENTE.

AS TRÊS ONDAS

ZEIGARNICK: Para completar a jornada eu preciso...

FACILITAÇÃO SOCIAL: Eles escutam, eu escuto...

TEORIA DA PERSPECTIVA: Não quero perder isso...

Nos meus discursos de venda, mesmo usando diversos gatilhos mentais, eu sempre repito essa sequência de ondas de efeitos mentais.

1. Pesquisa
2. Implementação
3. Medição de resultados
4. Refinamento Metodológico



COMO FUNCIONA AS DECISÕES

O seu cérebro funciona por estímulos, seu comportamento na maioria das vezes não é racional, e sim emocional.

O curioso é que sua inteligência emocional direciona, mas geralmente sua racionalidade procura formas de justificar suas emoções para apresentar como um raciocínio lógico.

Nossas decisões são tomadas, primeiro, no inconsciente, e só depois vêm à consciência, normalmente acompanhadas de uma justificativa racional.

Um estudo realizado pela Associação Americana para o Avanço da Ciência (AAAS), mostrou que o ato de escolher pode ser dividido em três partes:

1. O cérebro decide o que deseja fazer;
2. A decisão aparece na consciência, o que transmite a sensação de que você está tomando a decisão de forma racional, pois seu cérebro cria justificativas.
3. Você age de acordo com a decisão tomada, sob o pano de fundo de uma sequência de estímulos.

Dentro esses estímulos, eu vou explicar os conceitos mais importantes a serem aplicados no método.

- Marcadores Somáticos
- Sistema Límbico
- Efeitos e gatilhos mentais

MARCADORES SOMÁTICOS

De acordo com Antônio Damásio, neurocientista português, a hipótese do marcador somático propõe um mecanismo cujo processo emocional pode guiar o comportamento, principalmente a tomada de decisão.

Isso é um fato facilmente comprovado no seu dia a dia se começar a observar.

Imagine que a mente humana é um teclado de piano, os marcadores somáticos são uma melodia, uma música. Se você tocar a combinação e sequência de notas certas, pode criar uma melodia capaz de influenciar no comportamento humano.

Os marcadores somáticos, são esses pequenos estímulos emocionais capazes de nos influenciar no comportamento.

SISTEMA LÍMBICO

O sistema límbico, é a unidade no cérebro responsável pelas emoções e comportamentos sociais.

É a área do cérebro responsável pela interpretação e nascimento dos estímulos emocionais, a influência dos marcadores somáticos são ativados nessa área.

O córtex pré frontal, que é a área responsável pela execução de nosso comportamento, vai ser influenciado pelo sistema límbico, que é estimulado pelos marcadores somáticos.

E como ativamos esses marcadores somáticos que são a melodia para influenciar o comportamento através das emoções?

Com as notas certas, essas notas se chamam EFEITOS E GATILHOS MENTAIS.

EFEITOS E GATILHOS MENTAIS

Essas são as notas da "música" que você vai tocar para conduzir as emoções certas no seu cliente.

As notas certas vão criar uma "melodia" capaz de influenciar no padrão de comportamento no observador.

Os efeitos e gatilhos mentais, servem para acessar estímulos, impulsos e conjecturas neurais do inconsciente para o consciente, levar seu cliente ao ESTADO DE CONSIDERAÇÃO.

Esse é o momento em que seu cliente decidiu abraçar o desejo de adquirir o que você oferece, basta apenas ele justificar racionalmente, quebrando as objeções racionais da venda.

E se você tocou as notas do jeito certo, ele vai dançar conforme a música.

MEUS GATILHOS FAVORITOS

1. AUTORIDADE: Gatilhos de autoridade são executados para gerar credibilidade e confiança.

Inclusive, diversos outros gatilhos são "filhos" deste, usados para gerar exatamente essa condição.

Respeitar, para dar confiar.

2. CIENTIFICIDADE: Usar embasamento científico e estatístico, estudos e pesquisas na maioria dos casos, ajudam a tornar suas informações irrefutáveis.

Confiar, para respeitar.

3. PROVA SOCIAL: O que as pessoas falam sobre você, principalmente seus clientes, é uma forma de gerar credibilidade e confiança.

Comprovar, para considerar.

GATILHOS FAVORITOS

4. ESCASSEZ: Quando você estipula o "agora ou nunca", você estimula diretamente a teoria da perspectiva, influenciando o estado de urgência para não se perder a oportunidade. Perder, para dar valor.

5. URGÊNCIA: É como o gatilho de escassez, mas direciona a um prazo, um tempo limite de ação. Pressa, para não perder.

6. RECIPROCIDADE:
O cérebro sente-se estimulado a retribuir ações de generosidade para com ele. Seja sempre um alguém gentil e generoso, o que inclusive, gera bastante autoridade. Gentileza, para gerar gentileza.:

GATILHOS FAVORITOS

7. MOTIVO: Deixar claro as justificativas, é estimular uma sensação de processo cognitivo, quebra objeções e até gera autoridade. Ter uma resposta a uma pergunta, faz o cliente se sentir mais próximo da clareza.

Justificar o porquê, para deixar claro.

8. ANTECIPAÇÃO: Muito versátil, antecipar é gerar expectativas com relação ao futuro.

Vislumbrar, para estar ávido pela conclusão.

9. DOR E PRAZER: Todos nós agimos na vida para gerar prazer ou evitar a dor, nesse caso, a dor sempre terá um peso maior e sempre estamos dispostos a evitar uma dor, um problema.

Evitar a dor, para ter prazer.

GATILHOS FAVORITOS

10. PERTENCIMENTO: Também conhecido como Tribo ou Comunidade. É aplicado pelo fato do ser humano sempre buscar se encaixar em algo, mesmo quando acha que não está fazendo isso.

Você sempre tem a sensação boa ou ruim de fazer parte de algo, querer fazer parte de algo ou não querer fazer parte de algo.

Fazer parte de algo, para se sentir completo.

11. EXCLUSIVIDADE: Algo que só você ou um grupo seleto de pessoas tem acesso. O cérebro processa isso com bastante prazer, é uma variação do pertencimento, inclusive.

Ser especial, exclusivo, VIP, seleto.

Ter acesso a algo, para ser único.

GATILHOS FAVORITOS

12. INIMIGO EM COMUM: Outra variação do gatilho de pertencimento.

O inimigo pode ser uma condição externa, um estado mental ou qualquer coisa que faça vocês se conectarem.

Afinidades conectam pessoas.

Lutarmos juntos, para vencermos juntos.

13. CURIOSIDADE: O ser humano é muito movido a isso.

De certa forma também é ligado ao pertencimento, já que te coloca no grupo de pessoas que tem aquela informação, que é ligado a ela, que tem acesso a resposta ou a verdade.

Saber, para ter clareza.

Eu exemplifiquei apenas os meus gatilhos favoritos, você deve estudar mais sobre isso.

POSICIONAMENTO

Autoridade não é status social, é gatilho mental, você adquire status de ESPECIALISTA, quando demonstra domínio em algo, quando enxergam expertise e credibilidade em você...

Você pode gerar autoridade de muitas formas, respondendo perguntas, através de vídeos em uma rede social, se posicionando como professor, ou em uma conversa de 5 minutos onde você mostra entendimento do assunto.

Isso faz parte do dia-a-dia de vendedores e empresários pelo mundo.

Profissionais com habilidade em venda persuasiva, são os profissionais mais poderosos do mundo, especialistas são os mais respeitados.

Seja um especialista em seu ramo de negócio ou se posicione como um, até que seja de verdade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É óbvio que há muito mais a se falar sobre o assunto, mas eu acabei de passar a expertise base que eu uso na minha agência de marketing e nas minhas mentorias.

Vale ouro, mas eu estou entregando com carinho sem nenhum custo para você.

Aproveite bem, é um prazer gigantesco passar esses segredos adiante.

INFORMAÇÕES
(11) 99525-5762